Opłata pocztowa uiszczona ryczałtem.

Rok 5. Warszawa, 12 lutego 1927 roku. № 7.

PRZEMYSŁ PIWOWARSKI

ORGAN CENTRALNEGO ZWIĄZKU PRZEMYSŁU PIWOWARSKIEGO I SŁODOWNICZEGO W RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

REDAKCJA i ADMINISTRACJA — Warszawa, Wiejska 17. — Telefon 5-96. Otwarta od 1 do 3 po poł.

Inż. JULIUSZ M. BOMBERG.

O wartości odżywczej kiełków słodowych.

Kiełki słodowe, produkt odpadkowy w browarnictwie stanowią jedną z najcenniejszych pasz, jakie zna przemysł rolniczy. Należą one do typu t. z. skoncentrowanych środków pokarmowych i nadają się specjalnie dla bydła młodego i krów mlecznych.

Pod względem fizjologiczno-chemicznym uzupełniają one zwierzęciu te substancje, które w jego organizmie stale się zużytkowują do wytworzenia ciepła i potrzebnych produktów. W paszy podaje się bydłu substancję spożywczą azotową i bezazotową w postaci ciał proteinowych tłuszczu, węglowodanów ciał mineralnych i wody. Zarówno woda, jak i substancje nieorganiczne, jakkolwiek zwierzęciu niezbędnie potrzebne przechodzą przeważnie przez jego organizm niezmienione, podczas, gdy połączenia organiczne znajdują w organiźmie zwierzęcym zastosowanie.

Z ciał azotowych organicznego pochodzenia najwięcej funkcji wartościowych przypada substancjom proteinowym, służą one przy budowie komórki mięsnej, ciałek krwionośnych, wytwarzają tłuszcz i jako źródło ciepła. Z ciał organicznych bezazotowych wartość pokarmową mają jeszcze tłuszcze i węglowodany, służą one do wytwarzania tłuszczu i głównie, jako źródło energji cieplnej. Wartość spożywcza środka pokarmowego zależna jest od składu chemicznego, od stosunku w jakim ciała proteinowe, tłuszcz i t. z. wolne od azotu ekstrakty: (głównie skrobia, cukier, gumy) do siebie pozostają. Włókna w paszach (mieszanina cellulozy, hemicellulozy. ligniny gum, pentozanów) zostają wprawdzie w części strawione nie mają jednak żadnej wartości odżywczej. W 100 częściach wagowych kiełków słodowych znajduje się średnio:

Wody 10,09%;
Substancji azotowych 24,18%;
Substancji bezazotowych 42,11%;
Tłuszczu 2,10%;
Włókien 14,33%;
Popiołu 7,19%.

Wartość odżywczą znajdziemy przez określenie stosunku ciał azotowych do bezazotowych. W kiełkach słodowych stosunek ten wynosi 1 : 19, w świeżem sianie tylko 1 : 5. Kiełki słodowe należą zatem do skoncentrowanych środków pokarmowych o wysokiej wartości odżywczej. Nietylko sama wartość odżywcza decyduje o wartości paszy należy jeszcze uwzględnić jej części składowe; i pod tym względem zajmują kiełki słodowe miejsce pierwsze.

W kiełkach słodowych znaduje się substancji strawnej:

Ciał białkowych 19,4%;
Węglowodanów 40,0%;
Tłuszczu 1,7%.

W wartości odżywczej odpowiada więc jedna część wagowa kiełków 2,06 części wagowych świeżego siana.

Kiełki słodowe zawierają jeszcze ciała gorzkie i z tego powodu nie są one z początku przez zwierzęta chętnie spożywane, dla tego też trzeba je zaparzyć i mieszać z innemi środkami pokarmowymi.

Nowela do ustawy przeciwalkoholowej

z dn. 23. IV. 1924 r.

Nowela do ustawy przeciwalkoholowej jest obecnie przedmiotem uzgodnień pomiędzy zainteresowanemi Ministerstwami. Na opracowanie jej i przyśpieszenie wejścia jej pod obrady Rady Ministrów duży wpływ miał wzgląd, iż znaczna część przepisów ustawy przeciwalkoholowej należy do przepisów papierowych, przeciwko którym ustawicznie są popełniane wykroczenia. Ministerstwo Skarbu i Ministerstwo Spraw Wewnętrznych zajęło konsekwentne stanowisko, iż lepiej zmienić przepisy, których nie można przestrzegać, tembardziej, że samo założenie, na jakiem się one opierają nie wytrzymuje w większości wypadków krytyki. Nowy projekt noweli podnosi procent zawartości alkoholu w napojach, których sprzedaż jest dozwolona do 60%. Dotychczas obowiązywała granica 45%, zakreślona przez dawną ustawę. Napoje alkoholowe, zawierające ponad 60% wyskoku nie będą mogły być sprzedawane pod żadną postacią.

Zachowując ograniczenie dawnej ustawy, co do ilości miejsc sprzedaży detalicznej lub wyszynku do jednego na 2.500 mieszkańców, nowela czyni jednak zastrzeżenie, na mocy którego ograniczeniu temu nie podlegają te gminy miejskie i wiejskie, które posiadały koncesje przed dniem 1 stycznia 1921 roku.

Ustawa dopuszcza zupełny zakaz sprzedaży alkoholu w drodze głosowania powszechnego gmin miejskich i wiejskich w obrębie ich granic. Dzisiejszy zakaz sprzedaży napojów alkoholowych w dni przedświąteczne od 3 godz. pp. i święta, zostaje zmodyfikowany w ten sposób, iż będzie obowiązywać nadal tylko do godziny 3 p. p. w niedziele i święta.

Ograniczenia dotyczące sprzedaży alkoholu w koszarach, domach ludowych, zabudowaniach fabrycznych, lokalach sportowych, w gminach, gdzie zarządzono mobilizację, wreszcie podczas wyborów i poboru, zostają zachowane.

Nowela bardzo surowo karze zabezpieczanie należności skredytowanych za napoje alkoholowe sprzedane detalicznie, a przedewszystkiem podane na miejscu do spożycia. Grzywna w tym wypadku wynosi do 1000 zł. lub areszt do 6 tygodni.

Ograniczenie artykułu 1 ustawy przeciwalkoholowej, nowela zmienia w myśl życzeń przemysłu piwowarskiego podnosząc je z 2½% do 4½%. Ograniczeniom będą więc podlegały piwa o zawartości alkoholu przewyższającej 4½%. Projekt noweli, po uzgodnieniu przez Ministerstwa, wejdzie pod obrady Rady Ministrów prawdopodobnie w najbliższej przyszłości.

PIWOWARSTWO WE WŁOSZECH W ROKU 1925/26.

Oficjalne dane opublikowane za ubiegły rok fiskalny stwierdzają, iż ogółem w roku 1925/26 wyprodukowano we Włoszech 1.218.269 hektolitrów piwa. Podatki rządowe od piwa wyniosły 58.153.105 lirów. Wpływy te są mniejsze niż preliminowane w budżecie o 4.272.678 lirów. Przewidywano, iż produkcja osiągnie sumę 1.280.073 htl. W porównaniu z rokiem 1924/25 kiedy wyprodukowano 1.340.000, produkcja obniżyła się bardzo znacznie. W roku 1924 spożycie na głowę wynosiło przeciętnie 3 litry, obecnie obniżyło się jeszcze bardziej. Włochy w dalszym ciągu są krajem konsumującym przedewszystkiem wino. Spożycie wina na głowę wynosi 1,3 hektolitra. Cyfry te wskazują w jak ciężkich warunkach rozwija się młody przemysł piwowarski włoski, który jednocześnie musi walczyć z tak silnym przeciwnikiem, jakim jest przemysł winny, z importem zagranicznym, oraz z brakiem surowców, co zmusza do wpłacania wielkich sum producentom zagranicznym.

Charakterystycznem jest, że spożycie piwa we Włoszech dotychczas nie jest ściśle uzależnione od klimatu. Wbrew temu, co widzimy w krajach o rozwiniętym przemyśle piwowarskim, gdzie w okresie letnich upałów spożycie piwa się zwiększa, we Włoszech w południowych prowincjach, spożycie piwa jest stosunkowo nieznaczne, natomiast w prowincjach północnych piwowarstwo posiada liczne rzesze odbiorców. Tłomaczy się to poniekąd tem, iż północne Włochy koncentrują ludność robotniczą i zawierają wszystkie ważniejsze ośrodki przemysłowe, wówczas gdy południe jeszcze tkwi w okresie produkcji przestarzałej, która zawsze jest ściśle związana z rolnictwem. Największą produkcję wykazuje Wenecja, oraz tereny uzyskane podczas ostatniej wojny od Austrji. Dają one razem 419.050 htl. Następnie należy wymienić Lombardję z 327.098 htl. Potem Piemont produkujący 131.073 htl. Sycylja produkuje wszystkiego około 12.000 hektolitrów. Cała Campania około — 34.000 htl. i t. d. Pomimo, iż piwowarstwo włoskie

znajduje się jeszcze ciągle w pierwszem stadjum rozwoju, producenci wina już widzą w niem niebezpiecznego konkurenta i w ostatnich czasach kilkakrotnie ukazywały, się w prasie ataki, nazywające przemysł winny narodowym przemysłem włoskim i przedstawiające przemysł piwowarski jako niebezpiecznego konkurenta. Piwowarzy włoscy uważają, że stan rolnictwa włoskiego, a głównie jego możliwości rozwojowe stwarzają warunki jaknajpomyślniejsze dla rozwoju zupełnie uniezależnionego od zagranicy piwowarstwa włoskiego. W tym kierunku już od dłuższego czasu zdążają ich wysiłki. Wojna przyśpieszyła ten proces, zmuszając rolnika włoskiego do intensywniejszej kultury. Próby, dokonane w wielu miejscowościach przez stacje doświadczalne i poszczególnych rolników z jęczmieniem browarnianym, wypadły bardzo pomyślnie. Obecnie już istnieje wielkie towarzystwo akcyjne „Malterie Italiane", produkujące słód wyłącznie z jęczmienia włoskiego. Podobnież wszystkie większe browary w Trjeście, Florencji, Turynie i Medjolanie, starają się uniezależnić od importu, głównie czechosłowackiego, przerabiając własny jęczmień we własnych słodowniach. Dalszym krokiem na polu uniezależnienia piwowarstwa włoskiego od zagranicy są próby stworzenia włoskiego chmielarstwa. Pierwsze próby dokonane w okolicy Forli w latach od 1847 do 1873 stwierdziły, że chmiel wzrastał we Włoszech zupełnie dobrze i, że gatunek jego nadaje się świetnie do wyrobu piwa. Następne próby były dokonane o wiele lat później w Orvietto w latach 1908 — 1911. I w tym wypadku wyniki były jaknajpomyślniejsze. Komisja wyznaczona przez ministerjum rolnictwa orzekła, iż chmiel włoski może być używany do wyrobu piwa bez najmniejszej obawy niepowodzenia. Jedną z najpilniejszych spraw dla piwowarstwa włoskiego jest stworzenie szkoły zawodowej. Piwowarzy włoscy zabiegają o to, by rząd otworzył przynajmniej specjalny wydział piwowarski przy szkole agronomicznej.

Prawne zabezpieczenie nazwy piwa pilzeńskiego.

W umowie zawartej pomiędzy Polską a Czechosłowacją, a w szczególności w drugim dodatkowym protokule do traktatu z Czechosłowacją zastrzeżono, iż nazwa piwa pilzeńskiego jest nazwą regjonalną, podobnież jak i nazwy niektórych wód mineralnych i chmielu czechosłowackiego. Z chwilą ratyfikacji tych dodatkowych stypulacji nie wolno w Polsce wyrabiać piwa pilzeńskiego, ani à la pilzner, ani używać przy fabrykacji sztucznych wód mineralnych nazw w rodzaju „sztuczny gieshübler" i t. p.

Czechosłowacja stara się w podobny sposób chronić nazwę piwa pilzeńskiego w traktatach i układach zawieranych z innemi państwami. 1-go maja r. z. weszła w życie umowa zawarta pomiędzy Czechosłowacją a Austrją, której odnośny ustęp brzmi, jak następuje: „Nazwy piw, wskazujące na ich pochodzenie z republiki czechosłowackiej lub z jakiejkolwiek miejscowości, czy też dzielnicy tej republiki, nie mogą być używane dla oznaczenia ogólnego typu lub gatunku piwa". Układ zawarty przez Czechosłowację z Austrją zabrania używania nazw piw czechosłowackich nawet, jeżeli odpowiadają one nazwom rzeczywiście istniejącym poza granicami Czechosłowacji. Układ nie dopuszcza poprzedzania omawianych nazw słowami rodzaj lub typ.

W ten sposób Czechosłowacja stara się w drodze układów z poszczególnemi państwami osiągnąć cel jaki od dłuższego czasu usiłowała przeprowadzić w drodze międzynarodowej.

Artykuł 4 Konwencji Madryckiej z dnia 11 kwietnia 1891 roku był przedmiotem ataków ze strony zwolenników i ze strony nieprzyjaciół poglądu, iż piwo jest artykułem przemysłowym, pozostającym w ścisłej zależności od warunków gleby i klimatu, co pozwala na ochronę produktu pod względem jego pochodzenia geograficznego.

Rada gospodarcza przy Lidze Narodów, która zajmowała się tą sprawą, pozostawiła ją nierozstrzygniętą i dopiero VI-ty kongres międzynarodowy obrony własności przemysłowej w Hadze zmodyfikował artykuł 4 konwencji madryckiej w sposób następujący:

„Pozostawia się do rozstrzygnięcia sądów każdego kraju, jakie nazwy są nazwami pewnych typów i z tego względu nie podpadają pod przepisy tej konwencji. Sprawa pochodzenia geograficznego produktów winnych i wszelkich innych produktów, zawdzięczających swe naturalne własności charakterowi gleby lub klimatu, winna być traktowana niezależnie od postanowień niniejszego artykułu". Postanowienie kongresu

wypadło niezupełnie po myśli czechosłowackiego lub bawarskiego przemysłu piwowarskiego, pozostawiając sprawę do rozstrzygnięcia w każdym poszczególnym kraju, ale wynik był raczej pomoślny dla zwolenników teorji, twierdzącej, że piwo, podobnie jak i wino, może być zależne w swych własnościach od warunków lokalnych, ponieważ sprawy nie zdecydowano negatywnie.

Obecnie Czechosłowacja stara się zawrzeć ze Szwajcarją układ podobny do tego, jaki zawarła z nami i z Austrją. Spotyka się jednak z dużym sprzeciwem ze strony szwajcarskiego przemysłu piwowarskiego który obawia się, iż w następstwach swych układ ten mógłby wypaść fatalnie dla jego rozwoju, czyniąc go bezbronnym wobec konkurencji czechosłowackiej. Konsumenci szwajcarscy, podobnie jak i konsumenci niemieccy przyzwyczaili się do tego, że na rynku znajdują się piwa znane pod nazwą pilzeńskich. Powstaje obawa, że w razie nagłego usunięcia tych nazw, konsument zwróci się ku piwom importowanym ze szkodą dla przemysłu krajowego. Obawy te są jeszcze żywsze w Niemczech, niż w Szwajcarji.

W roku zeszłym zawodowa prasa niemiecka poświęciła omawianemu przez nas zagadnieniu bardzo wiele miejsca. Rozpatrywano je bardzo wszechstronnie z punktu widzenia teorji, prawa międzynarodowego i praktycznych interesów przemysłu piwowarskiego. Jedna z największych powag w naukowym świecie piwowarskim profesor Windisch napisał memorjał, w którym wypowiedział się stanowczo przeciwko uznaniu piwa pilzeńskiego za produkt zależny jedynie od miejscowych warunków, stanowiących wyłączną własność browarów czechosłowackich, położonych w okolicach Pilzna. Zdaniem Windischa może być jedynie mowa o pewnych typach piwa, które mogą być jednak wyrabiane wszędzie, jeżeli warunki produkcji i surowce przypominają surowce czechosłowackie i sposób postępowania czterech browarów pilzeńskich.

Dane otrzymane na podstawie ankiety ogłoszonej przez związki browarów niemieckich w październiku r. z. wykazały, że 586 browarów, które nadesłały odpowiedzi, produkują prawie 9.000.000 htl. piwa znanego na rynku pod nazwą piwa pilzeńskiego. Stanowi to około 26% produkcji tych browarów. W Saksonji stosunek ten dochodzi nawet do 51%. Najbardziej zainteresowane w zachowaniu nazwy „piwo pilzeńskie" dla swych produktów są browary północno-niemieckie. Browary bawarskie raczej przychylają się do punktu widzenia czechosłowackiego i zdradzają gotowość pójścia na kompromis.

„Brauer und Hopfenzeitung" z dnia 4 lutego podaje, że były czynione próby znalezienia nazwy, którą można byłoby zastąpić tak powszechnie używaną w Niemczech nazwę — piwo pilzeńskie. Na ankietę rozesłaną w tej sprawie nadeszło przeszło 11.000 odpowiedzi, ale żadna z nich, zdaniem dziennika, nie odpowiada warunkom konkursu, które wymagały, by nazwa była krótka, prosta, by odpowiadała własnościom piwa i nadawała się do ochrony prawnej. Autor artykułu p. Wallburg uważa, iż piwowarstwo niemieckie, w prowadzonych obecnie z Czechosłowacją rokowaniach, nie powinno zgodzić się na przyjęcie czechosłowackiego punktu widzenia który mógłby narazić na poważne straty browary, produkujące 9 miljonów hektolitrów pilznera.

Delegacja niemiecka będzie popierała interesy przemysłu piwowarskiego niemieckiego i prawdopodobnem jest, iż w układzie nie zostanie zamieszczona klauzula, zapewniająca ochronę prawną nazwie — piwo pilzeńskie — na terytorjum Niemiec. Ale sprawa w ten sposób nie zostanie zakończona. W roku bieżącym odbywa się w Genewie kongres ochrony własności przemysłowej. Na kongresie tym niewątpliwie piwowarstwo czechosłowackie postara się ponownie poruszyć tę sprawę, która nie została zdecydowaną według jego myśli przez ostatni kongres, który się odbył w Hadze.

REKLAMA ZBIOROWA.

„Le Brasseur français" z 5 lutego b. r. zamieszcza reprodukcje 3 afiszów, które są rozpowszechniane w północnej Francji przez związek właścicieli browarów Francji północnej. (Syndicat des Brasseurs du Nord). Afisze te mają jedynie na celu — propagandę na rzecz piwa. Pod dobrze pomyślanemi rysunkami, zwracającemi uwagę przechodnia, są umieszczone napisy, które w zwięzłej formie łatwo utrwalającej się w pamięci, podkreślają różne zalety piwa.

Na jednym z tych afiszów widzimy dłoń, na której spoczywa kilka drobnych niklowych monet, a u dołu widnieje napis: Piwo jest napojem najbardziej ekonomicznym, pomimo to wzmacniającym i pożywnym. Na drugim afiszu przedstawiona jest postać młodego atlety z kuflem piwa w ręku, a obok umieszczony jest napis: Piwo jest najbardziej hygjenicznym napojem. Jest to napój ludzi czynu. Wreszcie ostatni afisz wyobraża dwie kobiety karmiące dzieci. Jedno dziecko ma wyraz zadowolony, radosny i wygląda bardzo dobrze, matka uśmiecha się, trzymając w ręku kufel piwa. U dołu umieszczono napis: Ta pije piwo. Obok umieszczony jest wizerunek kobiety zmęczonej, o przygnębionym wyrazie twarzy, patrzącej bezradnie na płaczące dziecko. U dołu widnieje napis: Ta nie pije piwa.

Ponad wizerunkiem tych dwóch kobiet czytamy: Piwo jest odżywcze. Na żadnym z tych afiszów niema mowy o jakiejś jednej marce lub pewnym określonym typie piwa. Celem afiszów jest reklama zbiorowa, która musi wyjść na korzyść wszystkim browarom, przyczyniając się do zwiększenia spożycia.

Piwowarstwo niemieckie, pomimo wielkiego spożycia, zdaje sobie również dobrze sprawę ze znaczenia zbiorowej reklamy. W Berlinie wydano album pod tytułem — Die Deutsche Brauindustrie in Wort und Bild. Książkę tę wydał związek właścicieli browarów niemieckich. Pierwsza część zawiera szereg artykułów, podnoszących znaczenie przemysłu piwowarskiego w Niemczech, wartość piwa jako napoju najszerszych mas ludności, historyczny rys rozwoju piwowarstwa od najdawniejszych czasów, informacje dotyczące techniki piwowarskiej, propagandy na rzecz piwa i wreszcie skutki prohibicji w Stanach Zjednoczonych. Część druga zawiera dokładny opis trzydziestu wielkich browarów niemieckich w Berlinie, Dortmundzie, Monachjum, Kulmbachu, Lipsku, Elberfeldzie i Dreźnie. Prócz tego w książce widzimy wielką ilość ilustracji i grawiur bardzo ciekawych pod względem technicznym oraz wizerunki wybitniejszych przedstawicieli piwowarstwa niemieckiego. Praca jest wydana bardzo starannie i stanowi bardzo cenny przyczynek do propagandy na rzecz piwa.

KOSZTY PROHIBICJI W STANACH ZJEDNOCZONYCH.

Oficjalne dane opublikowane w Waszyngtonie dla użytku władz zawierają zastraszające cyfry, które mogą zniechęcić najśmielszych marzycieli prohibicjonistycznych, chcących wstąpić w ślady Stanów Zjednoczonych. W roku 1920 bieżące wydatki na przeprowadzenie prohibicji wyniosły 3.750.000 dolarów. W roku 1921 już przeszło 5 miljonów. W roku 1923 — przeszło 9 miljonów a roku 1926 — 11.341.000 dolarów. Nie jest to jednak wszystko. Koniecznem było wzmocnienie straży na wybrzeżach, przez które najłatwiej mogła przedostać się kontrabanda. Stworzono specjalną flotę, która broni wybrzeży przed flotyllą kontrabandzistów, oczekującą w odległości kilku mil na najodpowiedniejszą chwilę, by przewieźć swój ładunek na brzeg. W roku 1924 samo strażowanie wybrzeży kosztowało 1.692.000 dolarów. Inwestycje na prędkie łodzie motorowe i zorganizowanie całej służby strażniczej wyniosły sumę 12.194.900 dolarów. W roku 1926 wydatki pośrednie i bezpośred-

nie na pilnowanie wybrzeży przewyższyły 18 miljonów dolarów. Przeprowadzenie prohibicji na lądzie łącznie z organizacją strażniczą wybrzeży w ciągu ostatnich czterech lat kosztowało przeszło 96 miljonów dolarów, co przeciętnie daje 24 miljony rocznie. Jeżeli do tego dodać 8 miljonów, jakie pochłaniają koszty sądowe, otrzymamy roczną sumę wydatków, jakie pociąga za sobą prohibicja w wysokości 32 miljonów dolarów. Są to tylko wydatki federalne. Prócz tego należy pamiętać o kosztach, obciążających poszczególne Stany. Jeden tylko stan nowojorski wydaje również z tego tytułu przeszło 15 miljonów dolarów. Członek kongresu William S. Bare oblicza koszty prohibicji w całych Stanach Zjednoczonych na 650 miljonów dolarów. Jeżeli do tego dodać 483 miljony dolarów, jakie w roku 1919 przed wprowadzeniem prohibicji przyniosły podatki od napojów alkoholowych, otrzymamy fantastyczną cyfrę 1 miljarda dolarów, jaką traci państwo z powodu prohibicji.

PODWYŻSZENIE CEN PIWA W BAWARJI.

Pomiędzy rządem bawarskim, a związkiem piwowarów w Bawarji od dłuższego czasu trwały rokowania w sprawie cen piwa. Związek, ze względu na podniesienie się kosztów produkcji, uznał za konieczne podwyższenie cen piwa, proponując dodanie do cen dzisiejszych 6 fenigów na litrze. Związek zamierzał wprowadzić tę podwyżkę z dniem 1 stycznia, ale spotkał się ze sprzeciwem ze strony rządu, który uważa, iż podobna podwyżka byłaby zbyt wygórowana. Po dłuższych rokowaniach osiągnięto kompromis, na mocy którego cena piwa zostanie podniesiona nie o 6, lecz o 4 fenigi na litrze.

Centralny Związek Przemysłu Piwowarskiego i Słodowniczego w Rzeczypospolitej Polskiej.

Ogłoszoną została nowa taryfa opłat ubezpieczeniowych od nieszczęśliwych wypadków. Jak z załączonej tabeli wynika, zabiegi Związków odniosły pożądany skutek, gdyż obecne stawki opłat naogół zostały obniżone blisko o 40%.

	do 1.I.25	od 1.I.25 do 1.VII.26	1.VII.26 31.XII.26	od 1.I.27
Browary z motorami . . .	2.48	2.17	1.86	1.55
Browary bez motorów . . .	1.60	1.40	1.20	1.00
Słodownie samoistne . . .	1.60	1.40	1.20	1.00

W sprawie nowelizacji § 1 ustawy przeciwalkoholowej Ministerstwo Przemysłu i Handlu stoi na tem samem stanowisku co i Ministerstwo Skarbu, to jest domaga się zwolnienia ograniczeń ustawy dla napojów zawierających do $4^1/_2$% alkoholu.

Po wprowadzeniu nowej dla Pomorza i Poznańskiego ustawy stemplowej, jak nas informują, Izba Pomorska wymaga stemplowania zgłoszeń warek.

Niniejszem podajemy do wiadomości, że żądania te są zupełnie niesłuszne i bezpodstawne. Zgłoszenia warki nie noszą charakteru podania lub prośby, a są jedynie urzędowym dokumentem wymaganym przez kontrolę akcyzową, stanowiącym jeden z momentów systemu kontroli i jak wszystkie inne pomocnicze druki akcyzowe nie podlegają opłacie stemplowej. Orzeczenie takie już oddawna wydało Ministerstwo Skarbu, o czem wiedzą Izby Skarbowe, na terenie których od dawna obowiązuje ustawa stemplowa. Odnośne podanie wnosi C. Z. P. P. i S. do Ministerstwa Skarbu.

CENY JĘCZMIENIA.

Warszawa.	5/II.	37 zł.
	8/II.	36.10 zł.
Poznań.	4/II.	33.50 — 36.50 zł
	5/II.	33.50 — 36.50 zł.
	9/II.	33.50 — 36.50 zł.
Wilno.	3/II.	38.40 zł.
	5/II.	38.40 zł.
	9/II.	38.48 zł.
Łódź.	8/II.	39 zł.
Grudziądz.	3/II.	36 — 38 zł
	8/II.	35 — 37 zł.
Bydgoszcz.	3/II.	34.50 — 36.50 zł.
	9/II.	34.50 — 36.50 zł.
Praga	3/II.	167 — 175 k. č.
	7/II.	165 — 175 k. č.
Wiedeń.	7/II.	Ia 38 — 41 szyl. austr.
Berlin.	3/II.	21.70 — 24.50 Mk. n.
	7/II.	21.70 — 24.50 „ „
	9/II	21.60 — 24.40 „ „
Hamburg	3/II.	Dunaj 10.90 hfl.
	4/II.	Dunaj 10.90 hfl.
Chicago.	8/II.	Malt. barley 67 — 81 cts. za bushel.

CENA OGŁOSZEŃ: 1 str. Zł 150.—; 1/2 str. Zł. 80.—; 1/4 str. Zł. 45.— Zastrzega się zmianę cen ogłoszeń.

Redaktor: W. Adam. Wydawca: Centralny Związek Przemysłu Piwowarskiego i Słodowniczego w Rzplitej Polskiej.

Drukarnia i Litografja p. f „JAN COTTY" w Warszawie, Kapucyńska 7